

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ ในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ผู้เขียน นายชูเกียรติ มวลจันทร์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิรมล อุตมอ่า อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีสุวรรณ นฤนาทวงศ์สกุล อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ ในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ ในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยแบ่งกลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร จำนวน 30 ราย และกลุ่มลูกค้าทั่วไป จำนวน 300 ราย โดยมีผลการศึกษาดังนี้

กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และมีสถานภาพสมรส ส่วนกลุ่มลูกค้าทั่วไป พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และมีสถานภาพโสด

พฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร พบว่า ส่วนใหญ่มีการรับข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่มตรา เอ็มเจ จากการแนะนำจากพนักงานหรือผู้ขาย มีความถี่ในการซื้อ 2-3 วันครั้ง อีกทั้งยังพบว่า ส่วนใหญ่ มีสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือตัวท่านเอง นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ส่วนใหญ่จะชำระค่าน้ำดื่มโดยการจ่ายทุกครั้ง มีการเลือกใช้นิต และปริมาณของบรรจุภัณฑ์แบบวันเวย์ 1

โหล และเหตุผลในการเลือกใช้บริการของน้ำดื่มตรา เอ็มเจ อันดับ 1 ได้แก่ สิ้นค้ามีความสะอาดปลอดภัย ส่วนกลุ่มลูกค้าทั่วไป พบว่า ส่วนใหญ่มีการรับข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่มตรา เอ็มเจ จากการทดลองซื้อ นอกจากนี้ยังพบว่ามีความถี่ในการซื้อประจำทุกวัน อีกทั้งยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือตัวท่านเอง นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ส่วนใหญ่ จะชำระค่าน้ำดื่มโดยการจ่ายทุกครั้ง โดยยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกใช้ชนิด และปริมาณของบรรจุภัณฑ์แบบถังขนาด 20 ลิตร และเหตุผลในการเลือกใช้บริการของน้ำดื่มตรา เอ็มเจ อันดับ 1 ได้แก่ สิ้นค้ามีความสะอาดปลอดภัย

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จากกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ คือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่มีสี ไม่มีกลิ่น ไม่มีตะกอน (4.57 ± 0.57) ส่วนความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านราคา คือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.07 ± 1.08) ด้านการจัดจำหน่าย คือ บริการจัดส่งสินค้า (4.20 ± 0.97) และด้านบุคคลหรือพนักงาน คือ ความเต็มใจในการบริการ (4.40 ± 0.86) ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด คือ การจัดรายการชิงโชคทุกสิ้นปี (2.63 ± 1.07)

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ กลุ่มลูกค้าทั่วไป ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ คือบรรจุภัณฑ์หลากหลายขนาด (4.82 ± 0.50) ด้านราคา คือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.79 ± 0.49) ด้านการจัดจำหน่าย คือ มีความสะดวกในการสั่งซื้อน้ำดื่ม (4.64 ± 0.66) ด้านบุคคลหรือพนักงาน คือความสุภาพของพนักงานหรือผู้ขาย (4.72 ± 0.57) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ ความสะอาด ของที่จัดเก็บน้ำดื่ม (4.73 ± 0.58) และด้านกระบวนการ ขั้นตอนในการรับ และทอนเงินมีความถูกต้อง รวดเร็ว (4.64 ± 0.66) ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ คือมีการลดราคาสินค้าเมื่อซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก (3.39 ± 1.36)

Independent Study Title	Customer's Satisfaction Towards M.J Drinking Water in Mae Sariang District, Mae Hong Son Province	
Author	Mr. Chookiat Mounjan	
Degree	Master of Business Administration (Agro-Industry Management)	
Independent Study Advisory Committee	Asst.Prof. Dr. Niramon Utama-ang	Advisor
	Asst.Prof. Dr. Srisuwan Naruenartwongsakul	Co-Advisor

Abstract

This study aimed to investigate customer's satisfaction towards M.J. Drinking Water in Mae Sariang District, Mae Hong Son Province. The respondents were split into two groups including 30 respondents from business market customer group and 300 respondents for general market customer group. The results were as following.

For business market customer group, most respondents were female whose age ranges were 31 – 40 years with high school / vocational certificates. They were self-employed/merchants with the average monthly stipends of 5,001 – 10,000 baht and married marital status. For general market customer group, most respondents were male whose age ranges were 20 – 30 years with secondary school certificate or lower. They were pupils/students with less than 5,000 baht per month income and single marital status.

The behavior of customers toward M.J. Drinking Water indicated that the majority of respondents from business market customer group received the information regarding to M.J drinking water through the suggestion of staff or salesperson. The purchasing frequency was once every few days. In addition, the respondents decided by themselves to buy the product. The majority also paid

for the drink every time after the purchase. The chosen type and packaging size were a dozen of one-way bottles. The principal reasons for selecting MJ drinking water include cleanliness and safety. For the general market customer group, the data perception of M.J. drinking water was based on experimental purchasing. The purchasing frequency was on the daily basis. The respondents decide to buy the product by themselves. The type and packaging size were while bucket of 20 liters size. The cleanliness and safety were the principal reasons of purchasing MJ drinking water.

The customers' satisfaction toward M.J. drinking water for business market customer group revealed that most of the respondents were satisfied at the highest level on the product aspect. This included product qualities with the absence of color, odour, and sediments with the average value of (4.57 ± 0.57) . The aspects with high satisfaction level were; price aspect, by considering reasonable price to quality with the average value of (4.07 ± 1.08) ; distribution aspect, product delivery service with the mean of (4.20 ± 0.97) .; staff or employee aspect, the service mind was considered with the mean of (4.40 ± 0.86) . The medium satisfaction levels included market promotion aspect, by setting up raffle program at the end of the year with the mean value of (2.63 ± 1.07) .

The consumers' satisfaction towards M.J drinking water of general markets customer group showed that the respondents scored the satisfaction level at the highest level on the product aspect, especially on the variety of containers' size with the mean of (4.82 ± 0.50) . In term of price aspect, the price of product which was reasonable to quality was scored on the average of (4.79 ± 0.49) . In term of distribution aspect, the convenience of products ordering were scored at (4.64 ± 0.66) . In term of staff and employee aspect, the politeness of staff or salesperson was rated with the mean value of (4.72 ± 0.57) . In term of creativeness and physical presentation, the cleanliness of the drinking water storage area was rated with the mean of (4.72 ± 0.58) In term of processing aspect, the accurate and speedy procedures of accepting and changing the money were rated with the mean of (4.64 ± 0.66) . The aspect with the medium satisfaction level included discount after a large purchase with the mean of (3.39 ± 1.36) .